

**“KEGIATAN CUSTOMER SERVICE (CS)
PADA PT BANK RIAU CABANG SIAK SRI INDRAPURA”**

LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Ditujukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Akademik (A.Md) Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH

DIAN MARDIANA
NIM : 00772000022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN D III
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2010**

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metode Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Customer Service (CS)	9
B. Pengertian Pelayanan	16
C. Kualitas Jasa	22
BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Bank Riau	27
B. Struktur Organisasi	28
C. Visi dan Misi Bank Riau cabang Siak	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Kegiatan Customer Service pada Nasabah	30
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	37
B. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan yang ketat dalam industri perbankan menuntut pelaku bisnis perbankan untuk senantiasa menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan dan tuntutan konsumen yang semakin beragam. Sehubungan dengan itu Bank Riau diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai bank pembangunan daerah yang memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan optimal nasabah. Untuk itu perlu meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang berkualitas fasilitas penunjang yang modern yang mengikuti teknologi perbankan yang cepat berkembang agar dapat bersaing dengan lembaga perbankan lainnya.

Persaingan dunia perbankan dewasa ini, aspek pelayanan nasabah adalah titik kritis yang harus dikelola dengan baik. Dengan majunya teknologi, maka keunggulan suatu produk perbankan sangat sulit untuk terus menerus dipertahankan dari upaya peniruan apalagi memang tidak ada lagi perlindungan paten pada produk perbankan. Competitor tidak terlalu sulit untuk mengetahui, meniru, dan menyusun cara-cara untuk menyaingi atau mengguli keunggulan tersebut.

Untuk menciptakan pelayanan Bank Riau harus perpedoman pada suatu keyakinan yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh kemampuan serta kepekaan dalam menangkap apa yang menjadi harapan nasabah.

Pelayanan Bank Riau yang berkualitas merupakan harapan nasabah untuk tetap memilih Bank Riau sebagai pemenuhan kebutuhannya untuk jasa pelayanan perbankan. Untuk menjadi kompetitif dalam iklim persaingan. Bank Riau harus mengetahui secara pasti apa yang membuat nasabah menjadi puas dan loyal serta memperbaiki kualitas pelayanan terhadap customer service.

Tabel 1.1

Pegawai unit kerja bagian Customer Service pada PT. Bank Riau Cabang
Siak Sri Indrapura

NO	Nama Pegawai	Pengalaman Kerja Pegawai
1.	T. Mawaddah, SH	Mengajar di MDA selama 1 tahun
2.	Andreanna Marissa, SE	Mengajar di SD selama 1 bulan

Sumber: PT. Bank Riau

Dari jumlah pegawai bagian Customer Service pada PT. Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura dapat dilihat pada tabel. Peranan Customer Service

(CS) dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Riau merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan bank.

Nasabah bagi suatu bank merupakan asset utama, karena dana yang mereka miliki pada suatu bank merupakan model ekstren bagi suatu bank yang dikenal dengan dana pihak ketiga (DPK). Dalam pengelolaan kredit-kreditnya bank harus dapat meningkatkan jumlah dana dari masyarakat yang mereka himpun melalui produk-produk penghimpun dana pihak ketiga seperti giro, tabungan dan deposito.

Masyarakat membutuhkan jasa bank dengan segala bentuk pelayanannya. Masyarakat moderen membutuhkan pelayanan yang cepat dan tepat. Maka dari itu bank dengan segala perangkat dan jaringan bisnisnya adalah mitra masyarakat yang terampil, terpercaya dan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Dimana aktivitasnya tidak akan terlepas dari gerakan gelombang konjungtor ekonomi dan perdagangan.

Sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan bersaing dengan Bank-Bank pemerintahan lainnya, Bank Riau mempunyai produk yang dapat bersaing dan berkembang yaitu **Tabungan Sinar**.

Tabungan sinar adalah singkatan dari simpanan amanah riau, yang merupakan produk tabungan Bank Riau yang peruntukan kepada seluruh lapisan masyarakat serta perorangan dengan fasilitas on-line diseluruh jaringan kantor Bank riau.

Tabungan sinar memberikan bunga tabungan yang sangat kompetitif yang dihitung berdasarkan saldo harian dan diikuti sertakan dalam undian berhadiah yang dihitung pada setiap akhir bulan sesuai ketentuan Bank riau.

Persyaratan tabungan sinar;

1. Foto copy KTP / SIM
2. Menyerahkan setoran awal tabungan sinar dengan saldo minimal Rp 100.000,-
3. Setoran selanjutnya minimal Rp 50.000,-

PT. Bank Riau Cabang Siak didalam memperoleh serta mempertahankan penabung berusaha memberikan pelayanan yang baik agar masyarakat bersedia menjadi penabung. Data perkembangan jumlah nasabah dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 1.2.
Perkembangan jumlah nasabah pada PT. Bank Riau Cabang Siak Sri
Indrapura

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase Perubahan Jumlah Nasabah
2006	5.978	–
2007	6.344	6,12
2008	6.345	0,01
2009	6.346	0,01

Sumber: PT. Bank Riau

Dari tabel dapat dilihat bahwa jumlah nasabah Tabungan Sinar pada PT. Bank Riau Cabang Siak mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Pada tahun 2007 meningkat sebesar 336 orang atau sekitar 6,12%, pada tahun 2008 meningkat sebesar 1 orang atau sekitar 0,01% dan pada tahun 2009 mengalami peningkatan sebesar 1 orang atau sekitar 0,01%.

Berdasarkan permasalahan diatas pelayanan sangat penting dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Untuk itu, penulis mengangkat judul:

“KEGIATAN CUSTOMER SERVICE (CS) PADA PT. BANK RIAU CABANG SIAK SRI INDRAPURA”.

B. PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Kegiatan Customer Service (CS) Pada PT. Bank Riau Cabang Siak Siak Sri Indrapura” dengan identifikasi permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana kegiatan Customer Service (CS) PT. Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura”.

C. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penyusunan laporan ini adalah untuk mengetahui “Kegiatan Customer Service (CS) Pada PT. Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura.

2. Manfaat Penelitian

a.) Untuk Perusahaan :

Aspek guna laksana, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Bank Riau dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan para nasabah.

b.) Untuk Penulis

Aspek pengembangan ilmu, dapat dijadikan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen pemasaran jasa perbankan.

c.) Untuk Lembaga Pendidikan :

Dengan Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan.

D. METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Riau Cabang Siak, Jl Sultan Ismail No. 72 penelitian dilakukan selama magang di instansi tersebut yaitu pada awal Juli hingga akhir Agustus 2009.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah

- a) Sumber Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari tempat atau lokasi penelitiann yaitu di kedua PT terseut.

- b) Data Skunder yaitu data yang dimaksud bersumber dari buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian serta sumber-sumber lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a) Observasi adalah pengamatan secara langsung di Bank Riau cabang Siak yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.
- b) Wawancara adalah Tanya jawab kepada nara sumber di Bank Riau cabang Siak yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

4. Analisis Data

Dalam analisis data, penulis menggunakan analisa deskriptif yaitu menganalisa atau menggambarkan data yang akan dikumpul, kemudian dirangkai dengan bermacam-macam teori pendukung.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penulisan laporan ini penulis membaginya menjadi beberapa bab dan masing-masing bab dibagi dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, tujuan dan manfaat pelaporan serta sistematika penulisan, metode penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang pengertian Customer Service, fungsi dan tugas dari Customer Service.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini diuraikan mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta visi dan misi perusahaan.

BAB 1V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang bagaimana kegiatan Customer Service Kepada PT Bank Riau Cabang Siak.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran – saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. PENGERTIAN CUSTOMER SERVICE (CS)

Untuk meningkatkan citra perbankan maka Bank Riau perlu menyiapkan karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut Customer Service (CS) atau ada juga yang menyebutnya Services Asistensi (SA).

Pengertian Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2004:202).

Customer Service memegang peranan sangat penting dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Customer Service bank dalam melayani para nasabahnya selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Customer Service juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank itu sendiri. Oleh karena itu, tugas Customer Service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

a. Fungsi dan Tugas Customer Service

Fungsi dan tugas-tugas customer service yang harus benar-benar dipahami sehingga seorang customer service dapat menjalankan tugasnya secara prima. Tugas-tugas customer service yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut:

1) Sebagai resepsionis

Dalam hal ini CS harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam.

2) Sebagai deskman

Sebagai deskman tugas CS antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat, dan ciri-ciri produk bank. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah tentang produk bank serta membantu mengisi formulir.

3) Sebagai salesmen

Sebagai salesmen tugas CS bank adalah menjual produk perbankan, melalui cross selling, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru.

4) Sebagai Customer Relation Officer

Dalam hal ini tugas seorang CS harus menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada bank.

5) Sebagai komunikator

Tugas CS yang terakhir sebagai komunikator, adalah memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

b. Syarat seorang customer service

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang customer service adalah sebagai berikut:

1) Persyaratan fisik

Artinya, seorang CS harus sehat jasmani dan rohaninya. Disamping itu petugas harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi, bersih serta memiliki badan yang seimbang antara berat dan tinggi.

2) Persyaratan mental

Customer service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarkan petugas CS yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa.

3) Persyaratan kepribadian

Syarat lain CS harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor dan ingin maju.

4) Persyaratan social

Customer service juga harus cepat menyesuaikan diri dan mudah bekerjasama dengan berbagai pihak.

c. Standar Pelayanan Customer Service (CS)

- Persiapan Kerja

1. Penampilan diri

- a. Anda telah siap melayani nasabah 5 menit sebelum kas buka
- b. Teliti dan pastikan tata rias wajah dan rambut telah sesuai standar penampilan berlaku.
- c. Tanda pengenal pegawai (TTP) telah dipasang sesuai ketentuan dan mudah dibaca nasabah.
- d. Pakaian seragam atau pakean daerah aksesoris atribut dipakai dan dipasang sesuai ketentuan.

2. Persiapan peralatan kerja

- a. Teliti dan pastikan semua
 - Sistem computer telah On.
 - Mesin tellstruk, kalkulator.
 - Lampu ultra violet.
 - Stempel dan bak stempel, stempel tangan.
 - Alat-alat tulis.
- b. Pastikan telah tersedia Customer Service (CS)
 - Brosur.

- Kotak brosur.
- Formulir aplikasi/transaksi yang diperlukan.
- Blanko buku tabungan. Bilyet deposito.
- Buku cek/ giro bilyet yang telah dibuat. Maupun blankonya

3. Persiapan Meja Kerja.

- Teliti dan pastikan meja kerja dan sekitarnya selalu bersih dan rapi.
- Barang-barang keperluan pribadi, buku register stempel dan bak stempel, stempel tanggal tidak ditepatkan diatas meja kerja.
- Pot bunga diatas meja kerja dijaga, selalu dalam keadaan segar dan tertata dengan rapi.
- Papan nama anda terpasang pada tempatnya dan mudah dibaca nasabah

Manfaat Kartu Bank Riau

- Akses luas yang didukung oleh jaringan ATM Bank Riau dan seluruh Bank anggota ATM BERSAMA yang tersebar luas dengan jaringan sekitar 6.000 ATM.
- Informasi saldo, penarikan tunai, pemindahbukuan antar rekening melalui ATM BERSAMA dan pembayaran lainnya di ATM Bank Riau dan anggota ATM BERSAMA
- Maksimal penarikan tunai Rp. 5.000.000,-/ hari
- Maksimal transfer dana Rp. 5.000.000,-/ hari
- Maksimal pemindahbukuan Rp. 5.000.000,-/ hari

- Tidak ada jangkauan waktu yang meningkat
- Nasabah dapat memilih jenis kartu ATM yang diinginkan, instant atau regular
- Kartu ATM instant dapat langsung diberikan dan selambat-lambatnya 1 (satu) hari sejak diberikan dapat langsung dipergunakan.

Resiko Kartu Bank Riau

- Jangka waktu pembuatan kartu ATM regular sekitar 10 hari
- Penyalhgunaan ATM merupakan tanggung jawab pemilik
- Penggantian PIN hanya dapat dilakukan dengan ATM Bank Riau
- Total transaksi per hari yang di ijinan adalah Rp. 5.000.000,- untuk transaksi penarikan tunai, transfer dana maupun pemindahbukuan
- Apabila terjadi kesalahan PIN maksimal 3 (tiga) kali PIN diblokir dan harus membuat PIN baru.

Persyaratan Kartu Bank Riau

- Fotokopi KTP / SIM (identitas diri).
- Fotokopi halaman pertama buku tabungan sinar.

Tata Cara Kartu Bank Riau

- Pengajuan pembuatan ATM dilakukan di cabang / capem / kartu kas Bank Riau yang menerbitkan nomor rekening.
- Mengisi formulir dan melengkapi persyaratan.
- Kartu ATM dapat berfungsi setelah aktivasi.
- PIN ATM dari Bank disarankan diganti segera oleh nasabah.

Biaya-Biaya Kartu Bank Riau

- Dikenakan biaya untuk tiap transaksi yang dilakukan ATM BERSAMA yang besarnya sesuai dengan ketentuan
- Dikenakan biaya transaksi pembuatan, baik kartu baru maupun kartu pengganti, dan PIN pengganti yang besarnya sesuai dengan ketentuan
- Dikenakan biaya administrasi tiap bulannya yang sesuai dengan ketentuan.

d. Produk-produk pada PT. Bank Riau

Produk bank riau terdiri dari:

a. Giro

Produk bank riau yang diperuntukan bagi perusahaan maupun pribadi yang penarikanya terhadap rekeningnya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya, atau pemindah bukuan dan dengan bunga yang menarik.

b. Tabungan

produk bank riau dalam bentuk simpanan dengan katu tabungan bagi seluruh lapisan masyarakat serta perorangan, melayani transaksi tunai baik setoran maupun penarikan, dengan suku bunga yang sangat kompetatif. Jenis tabungan yang ada di Bank Riau, yakni; Tabungan Simpeda, Tabungan Sinar, dan Tabungan Dhuha.

c. Deposito

Produk Bank Riau berupa simpanan berjangka dengan bunga menarik yang dapat diambil setiap bulan atau dipindah bukukan kepada tabungan nasabah. Jangka waktu dapat dipilih 1, 2, 3, 12 bulan dan dapat diperpanjang secara otomatis.

B. PENGERTIAN PELAYANAN

Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi dalam menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri (RA Supriono, 1998:303).

a. Dasar-dasar pelayanan nasabah

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap customer service telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan

dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang customer service:

- 1) Perpakaian dan berpenampilan rapi serta bersih
- 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya
- 7) Jangan menyelah atau memotong pembicaraan
- 8) Mampu menyakini nasabah serta memberi kepuasan
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

b. Sikap melayani nasabah

Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah yaitu:

- 1) Beri kesempatan nasabah berbicara
- 2) Dengarkan baik-baik
- 3) Jangan menyala pembicaraan
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara
- 5) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung
- 6) Jangan mendebat nasabah

- 7) Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu tenang
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan pekerjaannya
- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

c. Sifat-sifat nasabah

Secara umum nasabah memiliki sifat atau keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian. Berikut ini sifat-sifat nasabah yang harus dikenal:

1) Nasabah dianggap sebagai raja

Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat customer service itu sendiri.

2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhan

Jadi, tugas petugas CS adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Usaha setiap pelayanan yang dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks.

4) Nasabah mau diperhatikan

Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, beri perhatian penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya.

Pelayanan jasa adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan suatu pihak untuk kepentingan pihak lain guna mendapatkan suatu kegunaan yang ingin dicapai (Hadi Edi Sukirno, 1998:9).

Technical Assistance Research Programmer Inc (TARP) atau perusahaan peneliti pasar Amerika Serikat seperti dikutip oleh Toha dan Ndraha (1998:10) membuat 4 macam scenario pelayanan yang meneliti menggunakan kembali pelaku pelayanan yang sama sebagai berikut :

- 1) Pelayanan diberikan sesuai dengan harapan konsumen merasakan kepuasan maksimum.
- 2) Terjadinya kesulitan pemberian pelayanan, tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
- 3) Terjadi kesalahan dalam pelayanan dan konsumen merasa diakali dan dibujuk.
- 4) Terjadi kesalahan pemberian pelayanan, konsumen mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana atau petugas pelayanan.

Pengablikasian dari pelayanan sangat besar pengaruhnya dalam persaingan usaha dibidang apapun, sehingga hal ini menuntut ketrampilan dan penanganan yang khusus serta professional (Murti Sumarni, 1998:250).

Ada beberapa bentuk pelayanan yang dapat diberikan dalam memasarkan suatu produk ke dalam pasar antara lain (Syofyan Assauri, 1998:194):

- a) Pelayanan dari segi fisik
- b) Pelayanan dari segi personal
- c) Pelayanan dari segi proses

Sektor bidang jasa terdiri atas dua macam pelayanan, yaitu (J. Warren Keagen, 1998:377):

1.) Produk Jasa

Yang dimaksud dengan pelayanan produk jasa adalah:

- a. Suatu proses kegiatan yang memberikan suatu keuntungan tertentu pada pembelinya.
- b. Pelayanan produk mempunyai cirri-ciri seperti tidak terwujud, tak terpisahkan.

2.) Fasilitas Jasa

Fasilitas jasa merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk meningkatkan nilai kualitas pelayanan yang diberikan.

Peningkatan mutu pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dan perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan

harapan konsumen. pada dasarnya konsumen mempunyai empat kebutuhan dasar yaitu (William B. Martin, 1998:37) :

- 1) kebutuhan untuk dimengerti.
- 2) kebutuhan untuk disambut baik.
- 3) kebutuhan untuk merasa penting.
- 4) kebutuhan akan kenyamanan.

Untuk menarik konsumen dan mempertahankan konsumen lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka (S.K. Bonar, 1998:63).

Senada dengan uraian diatas Drucker mengatakan bahwa para konsumen hanya akan mau menggunakan jasa suatu perusahaan apabila perusahaan yang melayani konsumen itu dapat memberikan kepuasan dan nilai tepat waktu yang telah ditentukan dan terdapat pula kemudahan-kemudahan lainnya. (Pater F. Drucker 1998:123).

Salah satu cara utama mendiferensiasikan pelayanan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi harapan kualitas jasa konsumen. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman masa lampaunya pembicaraan dari mulut ke mulut serta iklan jasa. Konsumen memilih penyedia jasa

berdasarkan hal-hal tersebut dan setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, konsumen tidak berminat lagi pada penyedia jasa namun jika sebaliknya jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, sudah pasti konsumen akan merasa puas.

Dalam melakukan pelayanan diperlukan strategi pelayanan yaitu (Denis Welker, 1998:16) :

1. Pelayanan materi, dimana produk dan jasa harus dapat diandalkan dan melakukan apa yang dispesifikasikan untuk dilakukan. Lingkungan harus mencerminkan mutu organisasi dan sistem penyerahan barang berjalan meliputi Distribusi, penjadwalan, kerja akuntansi dan computer.
2. Pelayanan pribadi, dimana penyatuan keahlian karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan yang mempunyai hubungan langsung dengan konsumen dan mempunyai pengaruh besar bagi perusahaan

Masalah pelayanan terhadap penjualan merupakan hal mutlak yang harus diutamakan agar konsumen dapat merasakan dan menikmati manfaat produk dan jasa yang diberikan. Penerapan strategi yang efektif memerlukan beberapa hal sebagai berikut (Budi. W.Soejito, 1998:19) :

1. Struktur organisasi yang dapat menjadi media bagi perkembangan budaya Perusahaan yang menitikberatkan pada penyempurnaan.

2. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, prilaku, pengetahuan dan kemampuan yang mendukung efektifitas realisasi pelayanan.
3. Teknologi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja dan system informasi.

A. KUALITAS JASA

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya kini sudah menjadi sebuah harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar dapat survive dalam bisnisnya. Apabila dahulu kualitas masih dapat menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini bila hampir semua perusahaan-perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah menjadi satu-satunya senjata andalan dalam persaingan.

Kualitas suatu produk jasa adalah sejauh mana produk dan jasa memenuhi spesikasinya. Dari suatu produk dan jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.(Rambat Lupiyoadi, 2001:144).

Pengertian Kualitas menurut (AV Feigenbaum, 1996:6) adalah sesuatu yang diputuskan konsumen yang didasarkan atas pegalaman nyata konsumen terhadap produk atau jasa yang kemudian diukur berdasarkan persyaratan konsumen tersebut. Sedangkan menurut (Soewarso Hardjosoemarso, 1999:57)

kualitas adalah karakteristik atau atribut dari sesuatu yang merupakan penelitian subjektif *Customer*.

Kualitas merupakan suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit.

Dari uraian diatas dapat kita lihat bahwa kualitas merupakan hasil penilaian konsumen berdasarkan apa yang dialaminya setelah ia memakai produk atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Sedangkan kualitas kualitas merupakan penilaian konsumen yang sifatnya subjektif.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan cirri-ciri dan spesifikasinya. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain (Rambat Lupiyoadi,2001:144).

1. Persepsi Konsumen
2. Produk dan jasa
3. Proses

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat menyumbang pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan konsumen, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi.

Kriteria karakteristik dari kualitas jasa dapat dijabarkan sebagai berikut (Buddy Ibrahim, 2000:3) :

1. *Reability* adalah konsistensi dalam kinerja dan ketahanannya, kinerja benar sejak awal pertama kali, menempati janji dan akurat dalam spesifikasi, sesuai dengan iklan dan lebel.
2. *Responsivenees* adalah tanggap terhadap Klaim atau protes konsumen, kesiapan karyawan memberikan *service* pada waktu yang diperlukan, cepat bereaksi atas perubahan lingkungan misalnya teknologi, peraturan, perilaku konsumen yang berubah yang harus diantisipasi dengan kemungkinan penawaran baru untuk produk atau jasa yang belum ada dipasar.
3. *Competence* adalah menguasai ketrampilan dan pengetahuan yang memadai untuk memberikan *service* yang diperlukan.
4. *Access* adalah kemudahan pendekatan dan akses, waktu tunggu pendek, jam operasional yang relatife panjang.
5. *Courtesy* adalah sopan santun, respek, perhatian tulus dan keramahan dari personil atau karyawan, sabar mendengar keluhan konsumen.
6. *Communication* adalah Pemberitahuan informasi kepada konsumen dalam bahasa yang dipahami konsumen, mendengarkan suara konsumen, menyesuaikan bahasa kepada kebutuhan konsumen yang berbeda, menjelaskan perihal service atau jasa yang ditawarkan dan bagaimana masalah-masalah yang timbul akan diatasi.
7. *Credibility* Kepercayaan, keandalan, kejujuran, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi dari karyawan perusahaan.

8. *Security* adalah bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan, keamanan fisik, keamanan financial, kerahasiaan.
9. *Understanding the customer* adalah memahami konsumen, berusaha mengerti kebutuhan konsumen, belajar memahami kebutuhan konsumen yang spesifik, memberikan perhatian pribadi, memperhatikan langganan yang baru maupun yang regular dan loyal.
10. Memiliki sumber daya manusia dan teknologi serta fasilitas untuk memberikan jaminan memenuhi kebutuhan konsumen dengan jasa purna jual jangka panjang, bukan sesaat saja sewaktu menyerahkan barang.
11. *Tangibles* adalah bukti fisik adanya jasa (service), fasilitas fisik, penampilan personil atau karyawan, perangkat (Tools) untuk menyediakan jasa (service), pelayanan jasa dengan kemudahan dan efisien bagi konsumen, dan service yang melekat pada produk.

Selain itu pendapat lain yang mengidentifikasikan lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa (Rambat Lupiyoadi, 2001:148) :

1. Bukti langsung (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya),

perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan kepercayaannya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain
5. Empati (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. SEJARAH BANK RIAU CABANG SIAK

Bank Pembangunan Daerah Riau adalah Bank milik Pemerintah Propinsi Riau, pemerintah atau kota se-propinsi Riau dan Propinsi Kepulauan Riau yang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDH. Tk. 1 Riau No. 51/1V/1966 tanggal 1 April 1966 yang disesuaikan dengan undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Terhitung tanggal 1 April 1966 secara resmi kegiatan Bank Pembangunan Daerah Riau dimulai dengan status sebagai Bank Milik Pemerintah Daerah. Pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau diatur dan disesuaikan dengan Peraturan Daerah No. 14 tahun 1992 jo. Peraturan Daerah berdasarkan undang-undang No. 7 tahun 1992 jo. Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan.

Berdasarkan keputusan RUPS tanggal 26 Juni 2002 dan perda No. 10 tahun 2002 tanggal 26 Agustus 2002 serta dengan Akta Notaris Mohammad Dahar Umar, SH. No. 36 tentang Pendirian Perseroan Terbatas yang telah disahkan oleh Mentri Kekakiman dan HAM dan dengan surat keputusan No. C-09851. HT. 01. TH. 2003 tanggal 5 Mei 2003 serta mendapat persetujuan Debuti Gubernur Senior Bank Indonesia No. 5/30/KEP.DGS/2003 tanggal 22 Juli 2003, status Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Riau berubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Bank

Pembangunan Daerah Riau disingkat dengan PT. Bank Riau terus mengalami perkembangan dan telah memiliki 17 Kantor Cabang Konvensional, 2 Kantor Cabang Syariah, 12 Kantor Cabang Pembantu, 6 Kantor kas serta 2 Payment Point yang tersebar diseluruh Kabupaten/Kota di Propinsi Riau dan Propinsi Kepulauan Riau.

B. VISI DAN MISI BANK RIAU CABANG SIAK

1. VISI

Sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka didaerah memiliki manajemen yang professional dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memperdayakan perekonomian rakyat.

2. MISI

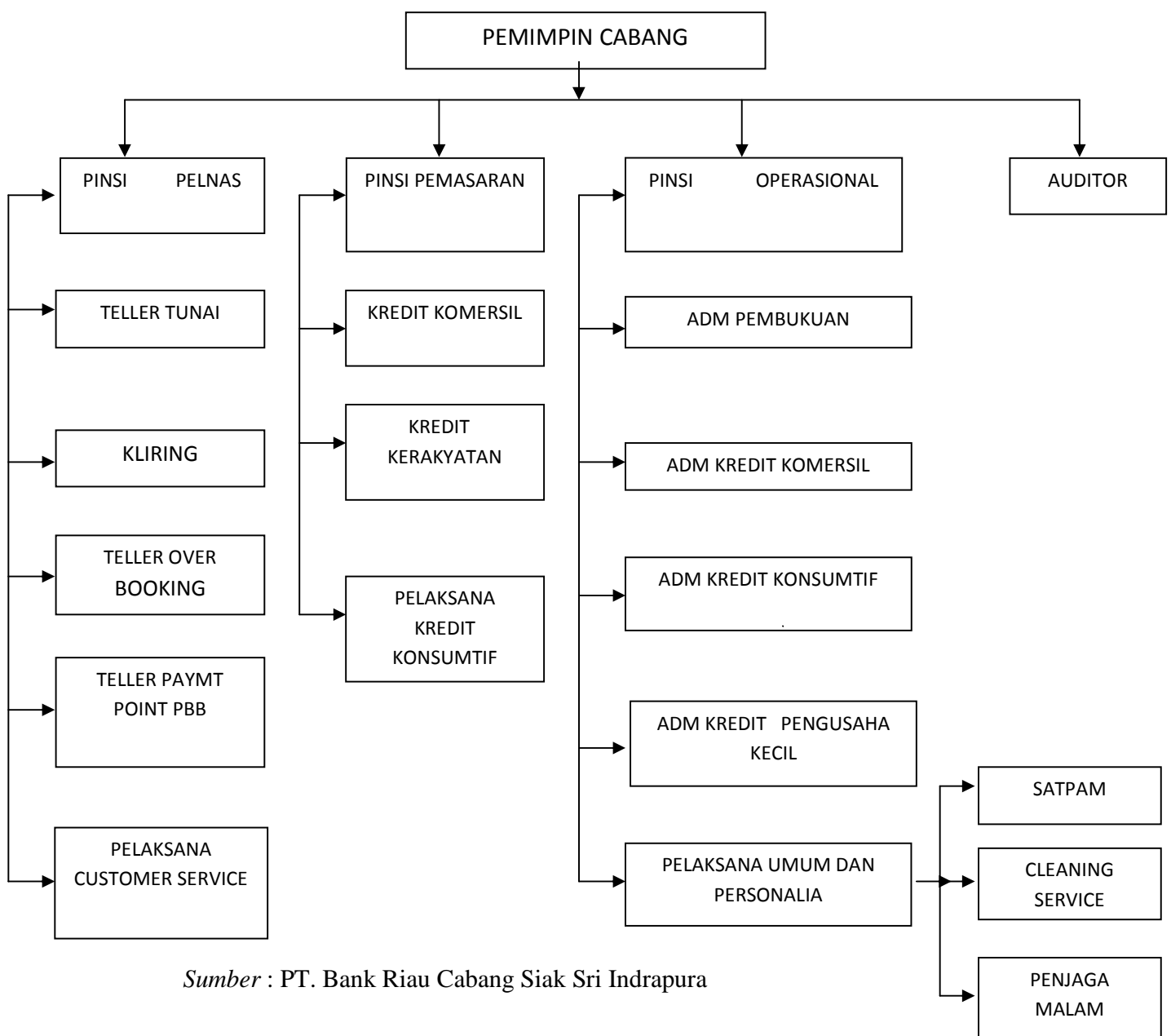
- a.) Sebagai Bank sehat, elit dan merakyat
- b.) sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah
- c.) sebagai pengelola dana pemerintahan daerah
- d.) sebagai sumber pendapatan daerah
- e.) sebagai Pembina, pengembangan dan pendamping usaha kecil dan menengah.

C. STRUKTUR ORGANISASI

Struktur organisasi adalah kerangka atau susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi

maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Pada Bank Riau Cabang Siak mempunyai struktur organisasi sebagai berikut :

Gambar 3.1 STRUKTUR ORGANISASI BANK RIAU CABANG SIAK SRI INDRAPURA



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

**KEGIATAN CUSTOMER SERVICE PADA PT BANK RIAU CABANG SIAK
SRI INDRAPURA.**

A. Kegiatan Customer Service pada Nasabah

Peranan Customer Service dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah di Bank Riau merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan Bank tersebut. Tingkat kepuasan yang nasabah dapat dengan adanya Customer service akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Maka dari itu perusahaan terus dituntut untuk meningkatkan servis bagi pengguna produk dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan.

Nasabah adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu karena memberikan pengaruh pada performance perusahaan (Vincent Gasperz, 2003:73).

Fungsi dan tugas Customer Service yang harus benar-benar dipahami sehingga seorang Customer Service dapat menjalankan tugasnya secara prima, maka tugas-tugas Customer Service yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut:

1) Sebagai Resepsionis

Peranan Customer Service sebagai resepsionis yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan nasabah, nasabah

akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sebagai resepsionis harus mempertimbangkan pentingnya untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada nasabah yang diberikan CS.

Oleh karena itu, segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan bermutu demi terciptanya kepuasan pelanggan. Karena pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan datang kembali untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh Bank Riau dan berbagi kebaikan tersebut kepada rekan lain. Dalam hal ini CS harus bersikap selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam.

Bank Riau memberikan pelayanan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak nasabahnya. Pelayanan yang diberikan Bank Riau bukan hanya dengan melakukan proses administrasi yang cepat, tetapi juga tahu bagaimana memperlakukan para nasabahnya, yang dapat memperlihatkan dengan cara melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan. Atau persepsi yang positif dari nasabahnya. Pelayanan yang diberikan Bank Riau kepada nasabahnya meliputi: Kecepatan, Ketepatan, Keramahan dan Kenyamanan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan dengan harapan. Nasabah dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang

umum. Kalau kinerja harapan maka nasabah sangat puas, senang dan gembira.

Sehingga kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan.

2) Sebagai Deskman

Peranan Customer Service sebagai deskman yaitu memberikan pelayanan terhadap nasabah dan memberikan informasi mengenai produk Bank Riau supaya suatu produk dapat dikenal dan disukai didalam masyarakat. Tabungan sinar adalah salah satu produk dari Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura. Tabungan sinar merupakan tabungan yang diperuntukkan Kepada seluruh lapisan masyarakat serta perorangan dengan fasilitas on-line di seluruh jaringan kantor bank riau.

Dengan tabungan sinar Bank Riau berpendapat dapat menarik minat nasabah lebih banyak lagi agar mau menabung dan menjadi nasabah tetap. Tabungan sinar memberikan kemudahan-kemudahan serta dapat dijadikan jaminan dalam mengurus kredit.

Apabila ingin menjadi salah satu penabung di Tabungan Sinar, syarat yang diajukan oleh Bank Riau tidak terlalu berat. Syaratnya antara lain:

- a) Menyerahkan foto copy KTP / SIM
- b) Menyerahkan setoran awal minimal Rp 10.000,-
- c) Setoran selanjutnya minimal Rp 50.00

3) Sebagai Salesmen

Peranan Customer Service sebagai salesmen yaitu melakukan promosi kepada kalangan masyarakat supaya produk di Bank Riau dapat dikenal dan disukai didalam masyarakat. Oleh karena itu salesmen yang dilakukan Customer Service sebagai promosi. Karena tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal Bank. Sehingga sebagai salesmen yang dilakukan CS untuk melakukan promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Customer Service sebagai salesmen salah satu tujuan promosi Bank Riau adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik calon nasabah yang baru.

Untuk menarik minat nasabah agar mau menjadi penabung tetap di Bank Riau, maka Bank Riau melakukan suatu strategi. Dimana strategi tersebut dapat dimengerti dan dipahami oleh masyarakat luas. Antara lain strategi yang digunakan oleh Bank Riau adalah:

1. Memberikan bunga yang kompetitif.
2. Setiap menabung diikut sertakan dalam penarikan undian berhadiah.
3. Bebas setiap kali pengambilan dan penyetoran pada setiap jam kerja.
4. Dapat melakukan penarikan dan penyetoran disetiap kantor cabang.

5. Menjadi salah satu sponsor.
6. Mengadakan pameran dan membagi-bagikan hadiah.
7. Serta membagi-bagikan brosur tabungan sinar kepada nasabah.

Sebagai salesmen yang memiliki peranan penting terhadap perkembangan perusahaan. Salesmen sebagai bagian dari perusahaan milik adil dalam membantu perusahaan agar dapat merekrut masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam merebut “pasar” perbankan, perusahaan harus berusaha agar dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.

4) Sebagai Customer Relation Officer

Pembentukan citra bagi PT. Bank Riau tentu saja didukung oleh usaha yang nyata dari perusahaan, dimana perusahaan harus dapat menjaga nama baik perusahaan demi kelangsungan jalannya perusahaan itu sendiri. Public Relations PT. Bank Riau mengandalkan Corporate social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab social perusahaan untuk membentuk citra positif perusahaan (Corporate Image). Sebagai salah satu cara untuk memperoleh citra positif perusahaan agar masyarakat mengenal dan mengetahui tentang perusahaan sehingga terbentuk image yang positif

dimata masyarakat terhadap perusahaan, sehingga masyarakat tertarik dan mau bergabung untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini tugas seorang CS harus menjaga image bank dengan cara, membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada bank.

Nama baik yang diperoleh dan didapatkan dari rasa kepercayaan yang diberikan publik secara pribadi yang merupakan pandangan atau persepsi mereka terhadap perusahaan. Public Relations melakukan tersebut dengan mengadakan pemberitaan positif mengenai perusahaan yang dipublikasikan melalui berbagai media massa, antara lain melalui radio, televisi, dan surat kabar. Surat kabar dan televisi dipilih sebagai media yang paling utama, karena melalui surat kabar perhatian itu akan cepat tersebar luas. Mengingat surat kabar dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat dan sudah menjadi kebutuhan masyarakat setiap hari.

5) Sebagai komunikator

Tugas CS yang terakhir sebagai komunikator, adalah memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk mendapatkan perhatian besar, khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.

Bank Riau menyadari bahwa selaku badan usaha yang bergerak disektor jasa, maka Bank merupakan pelayan bukan dilayani. Bank Riau

sebagai salah satu perusahaan dibidang jasa menyadari akan besarnya persaingan dewasa ini, dimana pelayanan merupakan salah satu kunci utama keberhasilan suatu bank dalam memenangkan persaingan dalam bentuk pemberian kepuasan bagi nasabahnya.

Sehingga nasabah terus setia menggunakan produk yang ditawarkan. Selain itu, apabila nasabah merasa puas, mereka akan menyampaikan kepada pihak lain atas kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Sehingga dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Maka dari itulah Bank Riau memperlakukan nasabahnya seperti Raja. Disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam suatu tugas dan fungsi dari Customer Service pada PT. Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura adalah sebagai resepsionis, sebagai deskman, sebagai salesmen, sebagai Customer Relation Officer dan sebagai komunikator. Dari ke lima fungsi dan tugas Customer Service merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan yang dapat dirasakan oleh nasabah.

Dengan menjadi penabung ditabung sinar berarti kita telah ikut serta dalam membantu penyediaan dana untuk mendukung pertumbuhan perekonomian daerah Riau.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari paparan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Customer Service (CS) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bermutu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.
2. Kegiatan Costomer Service (CS) yang digunakan oleh PT. Bank Riau Cabang Siak adalah kegiatan pengenalan kepada masyarakat untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya, sehingga nasabah terus setia menggunakan produk yang ditawarkan.
3. Serta memberikan kualitas pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Selain itu, apabila nasabah merasa puas, mereka akan menyampaikan kepada pihak lain atas kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Sehingga dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Maka dari itulah Bank Riau memperlakukan nasabahnya seperti Raja.
4. Adapun salah satu produk yang menjadi unggulan PT. Bank Riau adalah tabungan sinar, juga tabungan sinar dapat dijadikan jaminan kredit.

B. SARAN – SARAN

1. Hendaknya Bank Riau Cabang Siak lebih meningkatkan kegiatan pelaksanaan Costomer Servise (CS) sehingga dapat memancing minat nasabah untuk menjadi penabung di Bank Riau.
2. Dan lebih banyak memberikan kemudahan lagi kepada nasabah. Karena setiap nasabah yang berhubungan dengan bank tidak hanya melihat kepada pelayanan tetapi ingin mendapatkan produk yang bagus dan menjajikan mendapatkan keuntungan yang besar.
3. Kinerja Customer Service terus ditingkatkan, karena peranan Customer Service sangat penting dan merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.
4. Dalam memberikan pelayanan, Customer Service harus ramah dan selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika.

Apabila ada masalah atau pengaduan dari nasabah tentang produk dan jasa yang ditawarkan agar Customer Service dengan sabar mendengarkan segala keluhan yang dihadapi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 1998, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, penerbit CV. Rajawali, Jakarta
- Bonar , S.K, *Hubungan Masyarakat Moderen*, Jakarta; Bina Aksara, 1998
- Gaspersz, Vincent, 2002, *Manajemen kualitas dalam Industri Jasa*, Cetakan ke-2, PT. Gramedia, Jakarta
- Hardjosoemarso, Soewarso, 1998, *Manajemen Jasa dan Pelayanan*, Andi Offset, Yogyakarta
- Ibrahim, Buddy, 2000, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta
- Kotler, Philip, 1998, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan control*, jilid 11, Terjemahan Hendra Teguh, Penerbit Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 1998, *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan Alexander Sindoro, Prenhalindo, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat
- Soekirno, Hadi Edi, 1998, *Pelaksanaan Pemasaran*, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran*, PT. Andi, Yogyakarta
- Umar, Husein, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Winardi, 1998, *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran*, Penerbit Mandar maju, Bandung

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pegawai untit kerja bagia Customer Service pada PT. Bank Riau Cabang Siak sri indrapura	2
Tabel 1.2	Perkembangan jumlah nasabah pada PT. Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura	4

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Struktur Organisasi Bank Riau Cabang Siak Sri Indrapura	29
-------------------	---	----